

# Il peso delle parole (astratte *vs* concrete, positive *vs* negative) nelle rappresentazioni delle elezioni del 2008. Uno studio-pilota fra studenti universitari di Alessandra Areni\*, Gilda Sensales\*

L'indagine è inquadrata nella tradizione delle rappresentazioni sociali. Privilegiando l'uso delle libere associazioni, presenta un focus sugli aspetti processuali e di contenuto studiati attraverso i comportamenti linguistici. In particolare, si è portata l'attenzione sui processi rappresentazionali, attivati da parole-stimolo astratte (POLITICA e ELEZIONI) *vs* concrete (BERLUSCONI, VELTRONI, POLITICI, ELETTORI), in giovani studenti universitari di diverso orientamento politico intervistati nel periodo della campagna elettorale del 2008. In base alla letteratura, si è ipotizzata la possibilità di riscontrare differenze significative fra gli elettori dei due opposti schieramenti: a sinistra con parole-stimolo e associazioni più astratte; a destra con parole-stimolo e associazioni più concrete. I partecipanti all'indagine sono stati 202 studenti della Facoltà di Psicologia della Sapienza Università di Roma. I dati testuali, parole-stimolo e relative associazioni, e quelli extratestuali, variabile categoriale "orientamento politico", sono stati trattati con tappe differenziate dello SPAD-T per l'analisi del vocabolario, delle dimensioni latenti e delle parole-stimolo e relative associazioni caratterizzanti cinque raggruppamenti creati in base allo spazio politico: sinistra, centro-sinistra, centro, centro-destra, destra. Nell'analisi delle dimensioni latenti sono stati estratti due fattori, in grado di spiegare complessivamente il 46,36% della varianza totale. Il primo fattore evidenzia il ruolo dell'orientamento politico, polarizzato fra centro-destra *vs* sinistra; il secondo fattore mostra il ruolo dello stile politico, polarizzato tra radicalità (di destra e di sinistra) *vs* moderazione (di centro-sinistra). In entrambi i casi, specifiche unità lessicografiche marcano distintivamente i fattori. Anche le parole-stimolo e le relative associazioni caratterizzanti i cinque raggruppamenti politici mostrano chiare differenze. L'ipotesi iniziale non è confermata, poiché l'astrattezza delle parole-stimolo caratterizza più nettamente solo lo stile politico radicale, sia di destra che di sinistra, mentre in tutti gli altri casi si nota un relativo bilanciamento fra astrattezza/concretezza degli stimoli e delle relative associazioni. I risultati sono discussi anche in relazione alla positività/negatività delle associazioni, che vanno a delineare ambivalenti rappresentazioni della politica e del momento elettorale, confermando quanto emerso in precedenti indagini.

Parole chiave: *rappresentazioni sociali, psicologia politica, libere associazioni, analisi lessicografica, comportamenti linguistici e orientamento politico.*

L'indagine, inquadrata nella tradizione delle rappresentazioni sociali, ha un triplice interesse: da una parte, fa riferimento all'uso delle libere associazioni quale

\* Sapienza Università di Roma.

strumento privilegiato di indagine, in grado di consentire l'accesso agli aspetti più profondi delle rappresentazioni; dall'altra, si propone di studiare l'intreccio fra aspetti processuali e di contenuto, alla base della prospettiva teorica delle rappresentazioni sociali; dall'altra ancora, è focalizzata sul ruolo del linguaggio quale veicolo e costruttore di rappresentazioni.

Nel primo caso la tecnica delle libere associazioni evita due criticità presenti nei classici strumenti di rilevazione che utilizzano domande a risposta preordinata. Esse sono state ampiamente sottolineate sia in ambito *mainstream* che in ambito critico. Nel primo caso, per esempio, McGuire (2003) fa riferimento al rischio di un'eccessiva autoreferenzialità delle misure reattive, che fornirebbero indicazioni solo sulle ipotesi iniziali del ricercatore, senza preoccuparsi di esplorare quanto queste ipotesi siano effettivamente salienti e rappresentative fra le persone intervistate. Tali misure avrebbero prodotto risultati deludenti facendo in parte arenare la ricerca psicologica. Ancora, sempre in ambito *mainstream*, applicato proprio alla psicologia politica, Arcuri e Castelli (2011, p. 23), distinguendo tra componenti implicite ed esplicite degli atteggiamenti, hanno mostrato la capacità euristica delle misure implicite in grado di «registrare risposte di atteggiamento politico fornite dai partecipanti senza che questi debbano accedere in maniera consapevole ai legami associativi posseduti». In questo modo sarebbe possibile «sondare la struttura interna di reti associative ben consolidate e sedimentate nel tempo», svelando quegli aspetti degli atteggiamenti diversamente non raggiungibili e in stretta relazione con i comportamenti effettivamente agiti (nel caso specifico, i comportamenti elettorali).

Nella tradizione critica delle rappresentazioni sociali, d'altra parte, si è sottolineata la funzionalità delle associazioni libere quale tecnica in grado di bypassare quelle regole della desiderabilità sociale che finiscono per rendere meno attendibili le domande a risposte preordinate (cfr. de Rosa, 1988, 1995, 2001; Sensales, Areni, Chirumbolo, 2005; Sensales, Areni, 2011).

Passando, poi, all'intreccio tra aspetti processuali e di contenuto, esiste una consolidata letteratura che ne ha assunto l'interdipendenza, come nel caso degli studi sui processi rappresentazionali e la costruzione identitaria (Moloney, Walker, 2007).

In questa sede si può fare riferimento a quanto emerso in alcune indagini sulle rappresentazioni della politica che convergono nell'evidenziare la sua connotazione estremamente negativa attribuita in Italia lungo tutti gli anni Novanta. Essa appariva intrecciata a processi cognitivi di tipo contrastivo privilegiati dalla cultura di sinistra e solo successivamente anche da quella del centro-destra. In proposito, nostri risultati di ricerca (Sensales, Dal Secco, Areni, 2010) hanno mostrato una sovraesposizione del registro sia negativo che contrastivo nel centro-destra rispetto al centro-sinistra. Essa si manifestava nella copertura delle politiche del 2008 da parte della carta stampata, che evidenziava come i politici di centro-destra facessero ricorso più frequentemente a tali registri. Il risultato è

di un certo interesse, se confrontato con quanto affermato dalla letteratura più recente circa il successo ottenuto negli Stati Uniti dalle campagne negative condotte dagli sfidanti contro il governo uscente (cfr. l'analisi riferita alla propaganda politica di Kaid, 2004, p. 174). Quest'ultimo dato, introducendo un elemento di novità rispetto a quella tendenza rilevata come tipica della sinistra in indagini condotte negli anni Novanta (Catellani, 1997; Converso, De Piccoli, 1996), richiede di essere controllato sia per verificarne l'eventuale stabilità, sia per essere messo in relazione con gli effettivi esiti elettorali.

Per quello che concerne, poi, gli aspetti di contenuto espressamente negativi, negli anni Novanta essi apparivano declinati in relazione ad una politica intesa come mafia e corruzione (Bonardi, De Piccoli, Larrue, Soubiale, 1994), o come abuso di potere (Catellani, 1990; Catellani, Quadrio, 1991), o come luogo di esercizio di interessi personali, in assenza di qualsiasi tensione etico-morale (Passerini, 1996), o come attività da guardare con distacco e sfiducia (Colucci, Meraviglia, Stanga, [1998] 2000). In realtà, questo quadro apertamente negativo sembra seguire nel tempo un andamento oscillatorio, alternandosi a valutazioni più neutrali, quando non apertamente positive. Ad esempio, nella già citata indagine di Sensales, Areni, Chirumbolo (2005) si evidenziava una evoluzione nelle rappresentazioni della politica, esplorate con due diverse rilevazioni su soggetti differenti nel 1997 e nel 2003. Nel 1997 esse mostravano un lessico sulla politica apertamente negativo, per il centro-destra con l'associazione "POLITICA-caos", per il centro-sinistra con le associazioni "POLITICA-parole-imbrogli". Tale lessico era destinato ad essere sostituito nel 2003 dalle associazioni più descrittive quali "POLITICA-Parlamento-elezioni", per il centro-destra, "POLITICA-sinistra", per il centro-sinistra, e da associazioni dichiaratamente positive prodotte dagli studenti di sinistra con "POLITICA-impegno". Tuttavia, in un successivo studio di Areni e Sensales (2006), relativo a rilevazioni condotte nel 2004, si assisteva ad un ritorno delle valutazioni negative con le associazioni "PARTITI-ladri" dell'area caratterizzata dagli studenti di destra e centro-destra e "PARTITI-corruzione" dell'area marcata dagli studenti di sinistra e centro-sinistra. A distanza di alcuni anni, in una indagine sulle rappresentazioni della campagna elettorale del 2008, rievocate nel 2010 (Sensales, Areni, 2010c) da cittadini italiani di diverse generazioni, si notava un ulteriore cambiamento, con una ambivalenza nelle associazioni alla parola-stimolo POLITICA. In questo caso, i partecipanti all'indagine di sinistra e di destra apparivano accomunati da un atteggiamento fondamentalmente propositivo. A sinistra, con le associazioni "POLITICA-società-impegno", a destra, con l'associazione "POLITICA-idee". Per contro, gli altri partecipanti all'indagine evidenziavano comportamenti associativi dichiaratamente negativi, punteggiati da alcuni elementi più descrittivi, con "POLITICA-clientelismo-intrallazzi" per quelli di centro-sinistra, "POLITICA-carte dell'imbroglio-potere-soldi-corruzione" per quelli di centro e "POLITICA-dibattito-ignoranza-confusione" per quelli di centro-destra.

Passando, infine, all'attenzione per il linguaggio, negli studi sulle rappresentazioni sociali essa si è manifestata sin dalla fine degli anni Ottanta in corrispondenza della svolta discorsivista (cfr. Sensales, 1990). In ambito *mainstream*, si può citare, invece, la recente letteratura prodotta in psicologia politica sul ruolo dei comportamenti linguistici e dei processi cognitivi sottostanti. In questo caso, le ricerche hanno portato a risultati di indubbio interesse, anche se tuttora non univoci.

Così, ad esempio, Menegatti e Rubini (2007, p. 517), nella loro ricognizione sul ruolo dell'astrazione linguistica nella comunicazione politica, hanno messo in luce «una tendenza generale dei militanti di centro-destra a formulare messaggi positivi concreti rispetto ai militanti di centro-sinistra». Rispetto a tale risultato, le due autrici precisavano, tuttavia, che esso poteva dipendere non tanto da diversi stili linguistici, quanto dal differente ruolo istituzionale ricoperto dai due schieramenti al momento dell'indagine, in cui il centro-destra era al governo e il centro-sinistra all'opposizione. In base all'ipotesi dimostrata da Tetlock (1981), la posizione di governo implicherebbe una maggiore complessità di ragionamento, a sua volta riflessa in una maggiore complessità linguistica che opererebbe nella codifica di un linguaggio più concreto.

Carraro, Castelli e Arcuri (2008, p. 104), nel loro studio sugli stili cognitivi privilegiati dalla sinistra e dalla destra, hanno dimostrato, invece, l'ipotesi «di un'asimmetria nel linguaggio dei due schieramenti, sia in relazione ad aspetti puramente quantitativi (prolissità), che qualitativi (complessità)». Analizzando il linguaggio politico utilizzato nelle campagne del 2001 e del 2006, gli studiosi hanno mostrato come per il centro-sinistra esso fosse caratterizzato da una maggiore prolissità e complessità sintattica, mentre per il centro-destra le strategie comunicative apparivano contraddistinte da semplicità e immediatezza.

Infine, altri ricercatori, come ad esempio Sensales, Areni, Chirumbolo (2005), Areni e Sensales (2008), ma anche Corbetta e Roccato (2006), in diverse indagini hanno evidenziato la presenza di una tendenza a privilegiare un pensiero più astratto nella cultura di sinistra. Tale conclusione è basata sulle risposte di elettori di diverso orientamento politico a differenti strumenti di rilevazione delle informazioni, nonché sull'analisi dei programmi elettorali per le Politiche del 2006.

La tendenza appena descritta appare, poi, confermata anche nelle rappresentazioni dei due schieramenti delineate dalla comunicazione giornalistica a mezzo stampa. Così, nella già citata indagine di Sensales, Dal Secco, Areni (2010) sulla copertura della compagna elettorale del 2008, emerge una rappresentazione della sinistra come più orientata verso temi ideologico-astratti di politica generale, mentre la rappresentazione della destra è ricondotta alle politiche concrete, riproducendo una polarizzazione presente anche nei programmi elettorali del 2008 dei due schieramenti (Areni, Sensales, 2010).

Concludendo questa sezione introduttiva, ricordiamo, infine, alcuni elementi di sfondo del periodo in cui sono state condotte le rilevazioni, che potranno

essere utili ai fini di una contestualizzazione dei risultati ottenuti. In particolare, si può far riferimento alla nascita di due nuovi partiti, il Partito democratico (PD) a sinistra e il Popolo della libertà a destra (PDL). Così, le elezioni del 2008 erano caratterizzate dal tramonto delle grandi coalizioni, tipiche dei confronti elettorali dal 1994 al 2006, e mostravano un tasso di conflittualità relativamente basso rispetto a quelle passate (cfr. Vaccari, 2008). Il confronto elettorale vedeva fronteggiarsi Veltroni (designato segretario della nuova formazione politica attraverso le Primarie e dimessosi, successivamente, da sindaco di Roma per essere il candidato premier del PD) e Berlusconi e si sarebbe concluso con una netta vittoria di quest'ultimo.

Passando, ora, al focus dell'indagine qui presentata, in base agli spunti teorici e di ricerca fin qui brevemente illustrati si è deciso di portare l'attenzione sui processi e sui contenuti rappresentazionali, veicolati dai comportamenti linguistici attivati da parole-stimolo astratte (*vs* concrete), in giovani studenti universitari di diverso orientamento politico, nel periodo della campagna elettorale del 2008, con l'ipotesi di riscontrare differenze significative fra gli elettori dei due opposti schieramenti.

A livello operativo, la nostra indagine-pilota si pone l'obiettivo di una prima esplorazione:

1. degli aspetti descrittivi del vocabolario associativo;
2. dell'articolazione del campo rappresentazionale, attraverso un'indagine fattorialista in grado di fornire l'informazione più sintetica possibile sulle relazioni fra unità lessicografiche (parole-stimolo e relative associazioni) e orientamento politico;
3. delle eventuali differenze nel comportamento associativo, riconducibili all'orientamento politico:
  - ipotizzando una caratterizzazione di parole-stimolo e delle relative associazioni più astratte per gli studenti di sinistra e centro-sinistra *vs* una caratterizzazione di parole-stimolo e di associazioni più concrete per gli studenti di destra e centro-destra;
  - monitorando, inoltre, anche la eventuale differente valenza (positiva/negativa) delle associazioni stesse.

## I

### Metodologia

#### 1.1. Partecipanti all'indagine

I partecipanti all'indagine sono stati 202 studenti della Facoltà di Psicologia 2 della Sapienza Università di Roma, di età compresa tra i 18 e i 20 anni, contattati collettivamente nel corso di alcune ore di lezione il 4 aprile 2008. Di essi, l'87% è di genere femminile e il 13% di genere maschile. In base alle loro risposte relative

all'orientamento politico – rilevato su un *continuum* percettivo destra-sinistra a 5 punti (1 = sinistra 5 = destra, più una risposta altro) –, i partecipanti sono stati raggruppati in sei categorie distribuite come segue: sinistra (n = 39), centro-sinistra (n = 70), centro (n = 37), centro-destra (n = 32), destra (n = 11), altro (n = 13).

## 1.2. Strumento d'indagine

È stato utilizzato un questionario, aperto da alcune domande in grado di rilevare informazioni socioanagrafiche quali età, genere e orientamento politico. A seguire sono state, quindi, proposte sei parole-stimolo, qui di seguito indicate partendo dalle più concrete per arrivare alle più astratte (le ultime due): BERLUSCONI, VELTRONI, POLITICI, ELETTORI, ELEZIONI, POLITICA. Esse mostravano configurazioni variate nel loro ordine di presentazione, al fine di controllare eventuali distorsioni associative legate alla sequenza con cui comparivano. Per rendere più omogeneo possibile il numero di risposte per soggetto, si è utilizzato un modello di associazioni libere continuate, fissando a tre il numero di risposte richieste attraverso la consegna di indicare le prime tre parole che venivano in mente rispetto alla parola-stimolo proposta (ad esempio: “Se le diciamo Berlusconi, a che cosa pensa? Indichi le prime tre parole che le vengono in mente”).

## 1.3. Elaborazioni statistiche

Si è costruito un “file testo” contenente, per ciascun soggetto, l'unità d'analisi lessicografica costituita dalle parole-stimolo e dalle relative associazioni e, parallelamente, un “file dati” di tipo numerico, composto dalla codifica di due variabili categoriali relative al genere (due modalità) e all'orientamento politico (sei modalità).

Attraverso tappe differenziate del programma SPAD per Windows, versione 5.0, sono state condotte le seguenti analisi statistiche:

- con la tappa MOTS si è ottenuto il vocabolario complessivo relativo alle unità lessicografiche;
- con la tappa delle “equivalenze” si è proceduto a compattare le forme lessicali contigue, quali, ad esempio, le forme plurali/singolari, maschili/femminili, in modo da rendere più stabili le successive analisi evitando l'eccessiva dispersione dei dati. Si è, tuttavia, prestata particolare attenzione a non accorpare forme grammaticalmente contigue, ma semanticamente diverse;
- tramite la tappa CORBIT si è eseguita l'analisi delle corrispondenze per dati testuali (Lebart, Salem, 1988) per l'esplorazione delle dimensioni latenti.

Tale tappa consente lo studio delle relazioni tra unità lessicografiche (parole-stimolo e relative associazioni) e tra queste e le variabili di contenuto (extra-testuali), per giungere ad una sintesi dell'informazione. In funzione dei valori propri (e della loro rappresentazione grafica, lo scree-test) si decide quanti fattori estrarre. Mentre, in base ai contributi assoluti (c.a. rispetto alla varianza di cia-

scun fattore), si selezionano le modalità delle variabili di contenuto e le unità lessicografiche che maggiormente concorrono alla formazione degli assi fattoriali e si interpretano i fattori estratti.

In questa analisi sono state considerate come variabili attive tutte le unità lessicografiche e le sei modalità della variabile categoriale “orientamento politico”, mentre la variabile “genere” non è stata presa in considerazione a causa del suo eccessivo sbilanciamento.

Per la selezione delle modalità della variabile categoriale attiva e delle unità lessicografiche, da considerare per ogni fattore, si sono seguiti i seguenti criteri:

a) per le modalità della variabile categoriale “orientamento politico”, si è applicata la formula  $100/(N-1)$ , in cui N corrisponde al numero totale di modalità delle variabili categoriali attive, per individuare le modalità con contributo assoluto (c.a.) da selezionare per ciascun fattore;

b) per le “unità lessicografiche”, si è applicata la stessa formula, in cui N, però, corrisponde al numero di parole diverse, per individuare le unità lessicografiche con c.a. da selezionare;

c) attraverso la procedura VOSPEC, è stata condotta l’analisi del vocabolario specifico dei sei gruppi relativi all’orientamento politico. Tale tappa permette di individuare le parole tipiche dei diversi gruppi, considerando che la “tipicità” si realizza nel momento in cui l’elemento lessicale compare con una frequenza interna al gruppo significativamente diversa da quella globale (probabilità  $< 0,01$ ). La significatività delle differenze è valutata in base al confronto tra la frequenza dell’elemento lessicale nel gruppo e la frequenza che tale elemento avrebbe in base all’ipotesi di distribuzione casuale nei vari gruppi.

Al fine di non appesantire la lettura dei risultati, le tabelle presentate in questo contributo illustreranno solo i lemmi caratteristici per presenza, omettendo tutte le altre informazioni statistiche fornite dall’output del programma.

## 2

### Risultati

#### 2.1. Aspetti descrittivi del vocabolario

Il vocabolario iniziale è composto da 3.378 unità lessicografiche, di cui 1.654 diverse, pari al 49%. Nella TAB. 1 sono presentate le sei parole-stimolo accompagnate dalla relativa frequenza di associazioni, dal numero di soggetti senza nessuna associazione alla parola-stimolo, nonché dal numero delle mancate associazioni (riferito ai casi in cui i soggetti non producevano una o più delle tre associazioni richieste), dalla frequenza delle associazioni diverse, sia in termini assoluti che percentuali, e dal numero di hapax (associazioni con frequenza 1). La colonna sulle mancate associazioni è stata inserita al fine di poter controllare le parole-stimolo con maggiore o minore massa associativa.



TABELLA 1

Elenco delle parole-stimolo con relativa frequenza di associazioni, di soggetti senza risposta, di mancate associazioni, di associazioni diverse in termini assoluti e percentuali, di numero di hapax

Parola-stimolo	N. associazioni	N. soggetti senza risposta	N. mancate associazioni*	N. associazioni diverse	% associazioni diverse	N. hapax
BERLUSCONI (BER)	580	2	26	261	45,0	185
VELTRONI (VEL)	536	9	71	264	49,3	195
POLITICA (POL)	570	2	41	327	57,4	245
POLITICI (PLT)	584	0	22	273	46,7	197
ELEZIONI (ELE)	554	2	52	269	48,6	196
ELETTORI (ELT)	554	4	54	260	46,9	166
TOTALE	3.378		266	1.654	49,0	1.184

\* Si ha "mancata associazione" quando il rispondente ha ommesso una o più associazioni alla parola-stimolo. Alcuni rispondenti hanno invece associato ad alcune parole-stimolo più delle tre parole richieste.

I risultati relativi alla prima e alla seconda colonna permettono di rilevare come le parole-stimolo "POLITICI" e "BERLUSCONI" stimolino la maggiore massa associativa, mentre "VELTRONI" quella minore. Il dato trova conferma anche rispetto ai soggetti, pochi, che non producono nessuna associazione: quelli più numerosi sono in relazione alla parola-stimolo "VELTRONI", mentre non ce n'è nessuno per "POLITICI", solo due per "BERLUSCONI", "ELEZIONI" e "POLITICA" e quattro per "ELETTORI".

Al fine di valutare la non casualità delle fluttuazioni associative, si sono effettuati i confronti tra le percentuali di mancate risposte per gli stimoli appaiati in relazione ai due politici ("BERLUSCONI" *vs* "VELTRONI") e alle parole astratte *vs* concrete ("POLITICA" *vs* "POLITICI ed ELEZIONI" *vs* "ELETTORI"). Il test Z è risultato significativo sia per "BERLUSCONI" (4,3% di mancate associazioni) *vs* "VELTRONI" (11,7% di mancate associazioni;  $Z = 4,79$ ;  $p < 0,01$ ), sia per "POLITICA" (6,77% di mancate associazioni) *vs* "POLITICI" (3,63% di mancate associazioni;  $Z = 2,47$ ;  $p < 0,05$ ), ma non per "ELEZIONI" (8,58% di mancate associazioni) *vs* "ELETTORI" (8,91% di mancate associazioni).

Infine, le colonne relative alle associazioni diverse evidenziano la maggiore convergenza per la parola-stimolo "BERLUSCONI", mentre la maggiore dispersione risulta a carico della parola-stimolo "POLITICA", anche con il maggior numero di associazioni a frequenza 1.

Nelle conclusioni ritorneremo sulla possibile interpretazione dell'insieme di tali risultati.



TABELLA 2

Parole-stimolo e relative associazioni con frequenza  $\geq 6$ 

BERLUSCONI	VELTRONI	POLITICI	ELETTORI	ELEZIONI	POLITICA
Imprenditore 41	Sindaco 36	Egoisti 29	Indecisi 32	Voto 27	Corruzione 25
Destra 21	Roma 28	Corrotti 27	Cittadini 20	Diritto 22	Corrotta 16
Falso 17	Ex sindaco 26	Ladri 23	Popolo 17	Inutili 16	Elezioni 13
Bugiardo 15	PD 25	Falsi 21	Illusi 12	Propaganda 15	Potere 11
Opportunista 13	Sinistra 22	Opportunisti 20	Speranzosi 12	Campagna el. 15	Falsità 10
Ladro 12	Speranza 11	Ignoranti 15	Confusi 12	Speranza 13	Confusione 9
Egoista 12	Politico 11	Bugiardi 11	Speranza 11	Democrazia 12	Governo 8
Mafioso 11	Simpatico 9	Corruzione 10	Indecisione 11	Scelta 12	Parlamento 6
Furbo 11	Falso 7	Ricchi 10	Scelta 9	Dovere 11	Società 6
Mediaset 11	Intelligente 7	Soldi 9	Voto 9	Indecisione 10	Popolo 6
Buffone 10	Incapace 6	Potere 9	Diritto 8	Aprile 9	Stato 6
Oratore 10	Novità 6	Troppi 8	Ignoranti 8	Cambiamento 8	Bugie 6
Ricco 9		Falsità 8	Disinformati 7	Libertà 7	Leggi 6
Soldi 8		Buffoni 8	Maggiorenne 7	Confusione 7	Inutile 6
Politico 8		Ipocriti 7	Delusi 7	Brogli 7	
Carismatico 7		Vecchi 6	Poveri 6	Buffonata 6	
Potere 7		Incompetenti 6	Creduloni 6	Manifesti 6	
Milan 6		Ricchezza 6	Ingenui 6	Popolo 6	
Televisione 6			Ingannati 6		
Falsità 6			Influenzabili 6		
Basso 6					

Dopo la tappa delle “equivalenze”, si è scelta la soglia di frequenza  $\geq 3$  ( $> 1\%$ ) per evitare l’eccessiva dispersione dei dati che avrebbe reso meno attendibili le successive analisi. Si è così generato un nuovo vocabolario di 2.014 parole, di cui 275 diverse, pari al 14%.

Nella TAB. 2 sono riportate le associazioni per ciascuna delle sei parole-stimolo con frequenza  $\geq 6$ .

Una prima annotazione riguarda la quasi corrispondenza fra l’astrattezza delle parole-stimolo e la maggiore astrattezza delle relative associazioni. Così, sia “ELEZIONI” che “POLITICA”, i due stimoli più astratti, elicitano solo in un caso degli aggettivi, considerati dalla letteratura meno astratti dei sostantivi (cfr. Carnaghi *et al.*, 2008), mentre tutte le altre associazioni sono dei sostantivi. Diversificato è invece l’andamento per le quattro parole-stimolo concrete. Nel caso di “BERLUSCONI” e “VELTRONI”, si hanno il 67% di sostantivi e il 33% di aggettivi come associazioni, mentre nel caso di “POLITICI” ed “ELETTORI”, si hanno rispettivamente il 72% e il 65% di aggettivi e il 28% e il 35% di sostantivi. Nelle conclusioni discuteremo il significato di tali risultati.

Passando, poi, alla valenza delle associazioni, è possibile notare la caratterizzazione quasi tutta negativa dei comportamenti associativi alla parola-stimolo “POLITICI”, mentre “ELETTORI” e “BERLUSCONI” mostrano, rispettivamente su 20 e 21 vocaboli elencati, la metà chiaramente negativi. “VELTRONI” elicitava, invece, la minore quantità di associazioni negative, seguito dalle parole-stimolo più astratte “ELEZIONI” e “POLITICA”. Ancora è “VELTRONI” a stimolare il maggior numero di lemmi a valenza positiva, con un riferimento al tratto dell’amicalità, implicato nell’associazione “simpatico”, descritto dalla letteratura psicologica come tipico dei leader e degli elettori di centro-sinistra (cfr. Caprara, Vecchione, 2007). “BERLUSCONI” evidenzia un solo vocabolo a valenza positiva, “carismatico”, mentre mostra sei lemmi riferiti più o meno direttamente alle sue attività e ai suoi interessi esterni alla politica (“imprenditore”/“Mediaset”/“ricco”/“soldi”/“Milan”/“televisione”). Infine, per quello che riguarda la visibilità degli schieramenti e/o dei partiti, i primi sono associati sia a “BERLUSCONI” che a “VELTRONI”, mentre i secondi solo a “VELTRONI”. Nelle conclusioni torneremo su questo dato, anche in relazione alla letteratura sulla vocazione più o meno coalizionale dei due schieramenti.

## 2.2. Analisi delle dimensioni latenti

Con la tappa CORBIT, in base allo scree-test, si è deciso di estrarre due fattori in grado di spiegare complessivamente il 46,36% della varianza totale.

In *Appendice 1* è presentata l’articolazione di ciascun fattore, organizzata gerarchicamente in base al contributo alla varianza del fattore stesso da parte di ciascuna unità lessicale. Considerando le modalità delle variabili e le unità lessicografiche con contributi assoluti più rilevanti, i due fattori estratti sono definiti e descritti come segue:

– Fattore 1 (25,98% della varianza totale) – Salienza dell’orientamento politico: centro-destra *vs* sinistra.

Il fattore vede sulla polarità negativa, caratterizzata dagli elettori di centro-destra, il 26% di parole-stimolo astratte, molte delle quali con i contributi assoluti più bassi alla varianza del semiasse. Le catene associative presenti sono qui di seguito indicate: “VELTRONI-incapace/campagna elettorale/ipocrita/falso/bugiardo/sinistra/ex sindaco”, “POLITICA-bugie/finta/incoerenza/potere/organizzazione/incomprensibile”, “ELETTORI-increduli/tessera elettorale/poco informati/ingannati/illusi/popolo/poveri/presi in giro”, “BERLUSCONI-destra/Milan/economia/oratore/ricco/Mediaset”, “POLITICI-tasse/speculazione/pensano ai loro affari/ipocriti”, “ELEZIONI-imbrogli/indecisione/truccate”.

In questi risultati si nota una relativa stigmatizzazione sia dell’avversario politico, sia della politica, sia degli elettori, con alternanza fra associazioni a valenza espressamente negativa o solo descrittive, aperta condanna dei politici, connotazione quasi esclusivamente negativa delle elezioni, mentre per Berlusconi prevalgono associazioni descrittive riferite sia al suo orientamento politico, sia, soprattutto, ai diversi ambiti in cui si è andata costruendo la sua visibilità.

Sulla polarità positiva, caratterizzata dagli elettori di sinistra, si trovano il 31% delle parole-stimolo più astratte, delle quali più della metà con il più basso contributo assoluto alla varianza del semiasse. Le catene associative presenti sono qui di seguito indicate: “BERLUSCONI-mafioso/opportunista/capitalista/finto/ladro/buffone/imbrogliatore/disonesto”, “POLITICA-società/cambiamento/inganno/Parlamento/leggi/Camera”, “ELETTORI-speranza/disinformati/potere/scelta/libertà/diritto/democrazia”, “ELEZIONI-democrazia/libertà/decisione/possibilità/cambiamento/cabina/buffonata”, “VELTRONI-politico/onesto/giusto/venduto/intelligente/centro-sinistra/no comment/speranza/simpatico”, “POLITICI-mafiosi/egoisti/chiacchieroni/Parlamento/imbrogliatori”.

Tale versante appare contraddistinto da una netta stigmatizzazione dell’avversario, nonché dei politici in generale, anche se in quest’ultimo caso essa è affiancata da un’associazione descrittiva, mentre le altre parole-stimolo appaiono caratterizzate da associazioni che denotano atteggiamenti ambivalenti, oscillanti tra la positività, maggiormente accentuata, e la negatività, più sfumata.

– Fattore 2 (20,38% della varianza totale) – Salienza dello stile politico: radicalità (orientamento di destra e di sinistra) *vs* moderazione (orientamento di centro-sinistra).

Sulla polarità negativa, contraddistinta dall’orientamento più estremista sia di destra che di sinistra, da noi considerato come un segnale di radicalità dell’orientamento elettorale, si vede la presenza di circa il 45% di parole-stimolo astratte, con contributi assoluti più elevati alla varianza del semiasse. Il semiasse evidenzia le catene associative “VELTRONI-falso/politico/ipocrita/incapace”, “POLITICA-voto/leggi/cambiamento/delusione/popolo/giustizia/noiosa/ipocrisia”, “ELEZIONI-popolo/impegno/truccate/importanti/noiose/cambiamento/buffonata/false”,

“BERLUSCONI-politico/milionario/imbrogliatore/antipatico/manipolatore”, “POLITICI-approfitatori/privilegiati”, “ELETTORI-delusi/responsabilità/speranzosi”.

Questi risultati permettono di rilevare uno sbilanciamento di associazioni verso la valenza negativa che si accentua per i due leader politici, mentre le altre due parole-stimolo più concrete hanno un ruolo periferico, fornendo un contributo assoluto alla varianza del semiassie decisamente più basso e stimolando associazioni ambivalenti per i “POLITICI”, essendo alternate tra negative, descrittive e positive.

Sulla polarità positiva, caratterizzata dalla moderazione dell’orientamento politico solo di centro-sinistra, si trova il 33% di parole-stimolo astratte con le seguenti catene associative: “POLITICA-elezioni/promesse/pensiero/destra/confusione/buffonata/Berlusconi/ingiustizia”, “ELEZIONI-manifesti/scheda elettorale/confusione/preoccupazione/indecisione/sperpero”. Le parole-stimolo concrete, invece, evidenziano le seguenti catene associative: “POLITICI-inutili/confusione/affaristi/denaro/incapaci/incompetenti/egoisti”, “ELETTORI-confusi/scelte/spaesati/pecore”, “BERLUSCONI-dittatore/demagogia/trapianto capelli/opportunista/ignorante/egoista”, “VELTRONI-promesse/innovazione/ex sindaco/novità/speranza”.

Per tali risultati si può osservare la maggiore articolazione associativa, a valenza sia descrittiva che negativa, in corrispondenza dello stimolo “POLITICA”, ma anche dello stimolo “ELEZIONI”, mentre sia i “POLITICI” in generale che “BERLUSCONI” inducono associazioni esclusivamente negative. “VELTRONI”, invece, evidenzia associazioni quasi esclusivamente positive, ad eccezione di una più descrittiva.

### 2.3. Analisi delle parole-stimolo e delle relative associazioni caratterizzanti gli studenti con diverso orientamento politico

Di seguito sono commentate le caratterizzazioni lessicografiche dei cinque raggruppamenti, formati in base al diverso orientamento politico. Esse sono presentate comparativamente nella TAB. 3. In essa, come nel commento dei risultati, resta escluso un sesto gruppo di studenti, residuale e non omogeneo, composto da tredici studenti che o non hanno indicato il proprio orientamento o si sono collocati all’esterno dell’articolazione prevista (ad esempio anarchici).

Sulla dimensione astrattezza/concretezza delle parole-stimolo non si rilevano caratterizzazioni differenziali tra le aree di sinistra-centro-sinistra *vs* le aree di centro-destra-destra, poiché, in generale, gli studenti di sinistra e di centro-sinistra presentano un maggior numero di parole-stimolo, sia astratte che concrete, rispetto a quelli di destra e di centro-destra.

A livello di contenuto, invece, si può notare come i giovani di sinistra mostrino comportamenti associativi esclusivamente negativi per “BERLUSCONI” e positivi o descrittivi per “VELTRONI”, ma anche per “POLITICA”; mentre un’associazione

indirettamente negativa è prodotta dalla stimolo “POLITICI”. L’induttore “ELETTORI”, invece, porta ad associazioni che indirettamente ne valorizzano il ruolo e l’agenticità.

TABELLA 3  
Nuclei lessicali relativi all’orientamento politico

Parole-stimolo	Sinistra (39)	Centro-sinistra (70)	Centro (37)	Centro-destra (32)	Destra (11)
BERLUSCONI	Imbroglione Mafioso Manipolatore	Opportunista Demagogia Dittatore	Ricco Milan Egoista	Economia Destra	Politico
VELTRONI	Politico Giusto	Non saprei Speranza	Ex sindaco	Campagna elettorale Ipocrita	Falso Politico
POLITICI	Privilegiati	Affaristi Confusione	Ricchi	Pensano ai loro affari	Approfittatori
ELETTORI	Delusi Responsabilità	Confusi	–	Increduli	–
ELEZIONI	–	Speranza	Indecisione	Imbrogli	Popolo
POLITICA	Cambiamento Società Leggi	Elezioni Promesse	Buffonata Berlusconi	Bugie	Popolo

I giovani di centro-sinistra sono stimolati negativamente dal riferimento a “BERLUSCONI” ma anche ai “POLITICI”, mentre appaiono ambivalenti sia nei confronti di “VELTRONI” e della “politica” in generale, solo positivi verso lo stimolo “ELEZIONI”, indirettamente negativi nei confronti degli “ELETTORI”, cui associano un termine, “confusi”, che denota l’attribuzione di uno stato psicologico incerto e contraddittorio.

I giovani di centro sembrano orientati negativamente verso “BERLUSCONI” e verso la “POLITICA” e i “POLITICI”, mentre elicitano un’associazione descrittiva rispetto a “VELTRONI” e alle “ELEZIONI”.

Gli studenti di centro-destra sono stimolati ad associazioni solo descrittive dal riferimento a “BERLUSCONI”, solo negative dal riferimento alla “POLITICA”, ai “POLITICI”, alle “ELEZIONI”, mentre mostrano risposte descrittive o negative verso “VELTRONI”, evocando, invece, associazioni che denotano diffidenza nei confronti della “POLITICA” in generale.

Infine, gli studenti di destra evidenziano associazioni sempre descrittive verso “BERLUSCONI”, ma anche verso la “POLITICA” e le “ELEZIONI”, descrittive e negative verso “VELTRONI”, solo negative verso i “POLITICI”.

### 3 Conclusioni

Nell’insieme, i nostri risultati mostrano la ricchezza di spunti offerti dalla tecnica delle libere associazioni che ha consentito di focalizzare l’attenzione sia sull’intreccio tra elementi processuali e di contenuto, attivi nella costruzione delle rappresentazioni, sia sul ruolo del linguaggio quale generatore e veicolo di significati.

Un primo dato, strettamente connesso agli aspetti processuali, concerne un andamento che contraddistingue sia il generale vocabolario associativo, sia, trasversalmente, la caratterizzazione associativa delle cinque aree politiche. Esso evidenzia come le parole-stimolo astratte elicitino, nella maggior parte dei casi, associazioni di sostantivi, indicati dalla letteratura come il livello effettivamente più astratto di pensiero. Il risultato è di un certo interesse se si considera che il sostantivo è in grado di promuovere un maggiore potere induttivo esercitando un più grande effetto nella formazione delle impressioni rispetto agli stessi aggettivi (Carnaghi *et al.*, 2008). A supporto di tale assunzione, Carnaghi e colleghi ricordano, tra l’altro, come i nomi identifichino la classe alla quale un oggetto appartiene, a differenza degli aggettivi, volti a denotare una qualità o proprietà dell’oggetto. Nel nostro caso gli andamenti associativi consentono una riflessione più generale sul ruolo esercitato dalle parole nello stimolare forme di pensiero associativo che facilitano o ostacolano tali processi induttivi. Meno nettamente orientata è, invece, la tipologia associativa delle parole-stimolo concrete che mostrano andamenti quasi opposti tra le parole-stimolo che evocano processi figurativi, come nel caso dei termini “BERLUSCONI” e “VELTRONI”, con associazioni più orientate verso la forma grammaticale sostantivata, e le altre due parole-stimolo “POLITICI” ed “ELETTORI”, con una prevalenza di aggettivi. Solo in quest’ultimo caso, quindi, si rileva una certa corrispondenza fra la concretezza dello stimolo e la minore astrattezza delle associazioni, anche se essa appare meno forte rispetto a quella delle parole-stimolo astratte sopra ricordate. Per quello che concerne, invece, le associazioni ai due leader, gli andamenti inversi trovano una loro possibile giustificazione proprio in riferimento a quanto implicato da Carnaghi e colleghi (*ibid.*). Infatti, il maggiore potere informativo ed evocativo di impressioni da parte dei sostantivi li renderebbe per questo più accessibili nel riferirsi a delle persone concrete, permettendone, così, l’immediata classificazione (si pensi, ad esempio, alle associazioni “BERLUSCONI-imprenditore” o “VELTRONI-sindaco” al primo posto per frequenza associativa).

Per quello che concerne, poi, la possibile demarcazione fra studenti di sinistra e centro-sinistra *vs* studenti di destra e centro-destra, nel privilegiare pa-

role-stimolo e relative associazioni astratte (per la sinistra) *vs* concrete (per la destra), i risultati qui presentati non permettono di confermare la demarcazione ipotizzata. Tuttavia, tale risultato potrebbe essere condizionato dalla giovane età dei nostri intervistati. Menegatti e Rubini (2009), infatti, in una loro indagine condotta comparativamente su attivisti politici più giovani e meno giovani, di diverso orientamento politico, hanno evidenziato nei più giovani una generale tendenza a privilegiare un linguaggio più concreto rispetto a quelli meno giovani. Il ricorso alla concretezza veniva giustificato dalle autrici in base al fatto che «la loro visione del mondo era ancora “in costruzione”», meno cristallizzata in una ideologia, mostrando così una prevalenza di elementi di concretezza. Nel nostro caso tale tendenza potrebbe essere intervenuta, rendendo i nostri risultati non corrispondenti a quanto emerso in precedenti indagini condotte su soggetti di diversa composizione generazionale.

Nonostante la giovane età dei nostri intervistati, che secondo i risultati sopra citati avrebbe dovuto portarli a privilegiare un linguaggio più concreto, abbiamo potuto rilevare, comunque, una polarizzazione astratto *vs* concreto mediata, però, dalla radicalità (alta *vs* bassa) dell'orientamento politico. Così, a livello di analisi strutturale si è potuta mostrare una perifericità delle parole-stimolo concrete per gli studenti con un orientamento politico più radicale, sia di destra che di sinistra (cfr. in *Appendice 1* le parole-stimolo e le relative associazioni con maggiore contributo assoluto alla formazione del secondo semiasse). In questo caso sembrerebbe confermata un'altra ipotesi, avanzata sempre da Menegatti e Rubini (2009, p. 9), secondo cui «la semplificazione tipica di tali ideologie [estremistiche] potrebbe riflettersi nell'utilizzo generalizzato di un linguaggio astratto, in cui la realtà è percepita in “bianco o nero” e in cui la complessità delle questioni si riduce davanti all'obiettivo di conformarsi a ideali precisi e stabili». Tale risultato, tuttavia, non trovando riscontro nella caratterizzazione lessicografica dei raggruppamenti per area politica, richiede di essere tenuto sotto controllo in ulteriori indagini al fine di poter verificare la effettiva stabilità di quanto emerso.

Passando, poi, alla polarizzazione degli induttori, i comportamenti associativi hanno sottolineato una fluidità maggiore per due degli stimoli concreti – “POLITICI” e “BERLUSCONI” –, mentre il terzo – “VELTRONI” – evidenzia il minor numero di associazioni in assoluto. Una possibile spiegazione per tali risultati contrastanti potrebbe essere attribuita alla salienza del contesto che potrebbe aver condizionato i comportamenti verbali dei nostri soggetti. In altri termini, le risposte dei partecipanti alla nostra indagine renderebbero conto soprattutto del clima nel quale si svolgeva il confronto elettorale, in cui la scarsa conflittualità della campagna e gli spazi minori effettivamente occupati da Veltroni nell'arena mass mediale (cfr. Sensales, Areni, 2010a) potrebbero aver penalizzato la sua stessa visibilità, con una conseguente inibizione associativa che avrebbe operato solo a suo carico. La sua minore visibilità non ha invece penalizzato la valenza delle



associazioni, in assoluto quelle maggiormente positive, mentre il suo avversario Berlusconi, oltre ad evidenziare la maggiore convergenza associativa, chiaro segnale della sua capacità di suscitare, con la sua comunicazione semplificata, un pensiero più stereotipato, mostra anche una sola risposta positiva e la metà di lemmi negativi (fra quelli con frequenza uguale o maggiore di sei).

Ancora sugli aspetti più descrittivi del vocabolario, si può ricordare la caratterizzazione quasi esclusivamente negativa indotta dal rinvio ai politici, a conferma della crescita di quello che la letteratura definisce come una forma di disincanto e cinismo degli elettori, che avrebbe avuto come conseguenza una crescita dell'astensionismo (cfr. Gasperoni, 2008; Tuorto, 2008).

Infine, si possono citare due altri elementi, emersi dall'analisi più descrittiva. Il primo concerne la possibilità di ricondurre le risposte associative agli aggettivi che compongono i *Big Five*, considerati sempre più rilevanti nel differenziare gli elettori e i loro leader (cfr. Caprara, Vecchione, 2007; Caprara, Schwartz, Vecchione, Barbaranelli, 2008; Mondak, Halperin, 2008; Mondak *et al.*, 2010). Nei nostri risultati ciò è stato possibile solo a proposito di Veltroni, con l'associazione "simpatico", chiaramente ascrivibile al tratto dell'amicizia, tipicamente attribuito ai leader del centro-sinistra, mentre per Berlusconi non è stata riscontrata nessuna delle caratterizzazioni previste dalla letteratura.

Il secondo dato concerne i rinvii, sia allo schieramento che al partito, per Veltroni e, solo allo schieramento, per Berlusconi. Essi sono in controtendenza con quanto affermato in letteratura, secondo cui a sinistra ci sarebbe una cultura più coalizionale che a destra (cfr. Catellani, Milesi, 2006; Maraffi, 2006). Una possibile spiegazione per tale risultato potrebbe essere ricondotta alla nascita dell'aggregazione del Popolo delle libertà, fortemente voluta da Berlusconi per la consultazione elettorale del 2008. Essa potrebbe aver riorientato la sensibilità della propria area verso gli aspetti più coalizionali, mentre a sinistra l'operazione fondativa del Partito democratico avrebbe finito con il valorizzare la funzione dell'organizzazione partitica, promuovendo, inoltre, una coalizione più ristretta rispetto alla consultazione del 2006, con l'effetto di portare l'attenzione dei propri elettori non solo sul ruolo della coalizione, ma anche su quello del partito.

Passando, quindi, all'articolazione strutturale delle rappresentazioni, i risultati hanno evidenziato due dimensioni. La prima, focalizzata sull'orientamento politico, mostra una polarizzazione tra centro-destra e sinistra, mentre la seconda, come si è già avuto modo di dire, evidenzia una contrapposizione tra un orientamento radicale, sia di destra che di sinistra, e uno moderato, solo di centro-sinistra. Nell'insieme di tali rappresentazioni, si può sottolineare la valenza negativa delle associazioni, ma anche alcuni comportamenti associativi specifici. Così, ad esempio, tra centro-destra e centro-sinistra si è notata una diversa forza dei processi di stigmatizzazione dell'avversario politico, più blanda per il centro-destra, decisamente più accentuata per il centro-sinistra, a conferma di quanto mostrato

nella letteratura circa la tendenza dell'elettorato di centro-sinistra a censurare e attaccare l'*outgroup*, cioè l'avversario politico (cfr. Sensales, Areni, Chirumbolo, 2005; Areni, Sensales, 2006; Cavazza, Corbetta, 2006), esattamente come accade nei nostri risultati in cui, però, si assiste anche alla valorizzazione del proprio leader da parte degli studenti di sinistra e di centro-sinistra.

L'aspetto interessante dei nostri risultati è che per il centro-destra tale tendenza non solo è molto più sfumata, ma soprattutto si attua in corrispondenza di un atteggiamento del proprio leader, e in generale della propria classe dirigente, più frequentemente rivolto alla demonizzazione dell'avversario (cfr. Bolasco, Giuliano, Galli de' Paratesi, 2006; Sensales, Bonaiuto, 2008). Tale discrepanza tra atteggiamenti del ceto politico e base elettorale, che in qualche modo appartiene anche al centro-sinistra ma con andamento opposto (aggressività della base elettorale maggiore di quella del suo ceto politico), evidenzia una distonia che indubbiamente richiede di essere approfondita con studi specifici.

Nei nostri intervistati di destra e di centro-destra, accanto alla minore stigmatizzazione dell'avversario, confermata anche in studi successivi (Sensales, Areni, 2010b, 2011), si nota, inoltre, una valorizzazione meno esplicita di Berlusconi, poco in linea con la cultura leaderistica degli elettori di tale orientamento (cfr. Barisone, 2006, 2007; Maraffi, 2006). Essa è accompagnata anche da una indicazione di ambiti professionali diversi da quello politico, in cui Berlusconi avrebbe guadagnato la propria credibilità (si vedano le associazioni, in *Appendice 1*, "BERLUSCONI-Milan-ricco-Mediaset", poste sul semiasse negativo del primo fattore che vede la salienza dell'orientamento politico di centro-destra). Tale valorizzazione, di un'autorevolezza conquistata altrove, è stata ampiamente confermata anche nella comunicazione politica mediatizzata, con particolare riferimento per il quotidiano di centro-destra "Il Tempo" (Sensales, Areni, 2010a) che la proponeva già nel 2006 per Prodi, definito nei titoli di questo quotidiano come "il professore", mentre nel 2008 è affermata per Berlusconi, citato come "il cavaliere". Questa convergenza verso luoghi diversi dalla politica, in cui far valere le competenze dei leader, espressa da varie fonti, può essere interpretata proprio come il risultato di quella svalutazione della politica, tipica della cultura di centro-destra.

Tali risultati trovano conferma anche nell'analisi della caratterizzazione associativa dei cinque raggruppamenti relativi all'orientamento politico, mostrando in modo ancora più netto la generalizzata valenza negativa delle associazioni ai politici, che nel caso dei giovani di centro e di centro-destra coinvolge anche la politica in generale, per la quale, invece, fra i giovani di centro-sinistra si evidenzia un'ambivalenza di fondo. Per quelli di sinistra, essa è poi stemperata attraverso associazioni del tutto descrittive, a conferma di quel trend, affermato dalla letteratura e ricordato in parte nell'introduzione, secondo cui a sinistra vi sarebbe una minore svalutazione della politica (cfr. Gasperoni, 2008; Sensales, Areni, 2010c). Nel nostro caso, i giovani di sinistra e di centro-sinistra come quelli di de-

stra e di centro-destra sono contro i politici, mentre solo quelli di centro-destra e di centro nutrono espliciti sentimenti generali di “antipolitica”. Dunque, rispetto a quell’andamento oscillatorio ricordato nell’introduzione, in cui si saltava dal 2004 al 2010, abbiamo avuto la possibilità di un ulteriore controllo che evidenzia una certa continuità con quanto emerso nel 2010, precludendo a quei risultati che avrebbero mostrato un atteggiamento propositivo verso la politica nelle due ali estreme (sinistra e destra) dell’orientamento politico. Nel nostro caso, ciò appare chiaramente per gli elettori di sinistra con le catene associative “POLITICA-cambiamento-società-leggi”, mentre gli elettori di destra si limitano all’associazione più descrittiva “POLITICA-popolo”. Gli altri gruppi di elettori, invece, evidenziano nessi associativi apertamente negativi come nel caso delle associazioni “POLITICA-promesse”, “POLITICA-buffonata”, “POLITICA-bugie”, rispettivamente per quelli di centro-sinistra, di centro e di centro-destra.

Concludiamo qui le nostre riflessioni su dati che avrebbero bisogno, per la loro generalizzazione, di campioni molto più estesi e rappresentativi della popolazione italiana, in grado di superare l’indubbio limite della presente rilevazione, tutta sbilanciata verso il genere femminile e la generazione dei giovani.

Per il momento ci auguriamo di essere riuscite, comunque, a fornire spunti di approfondimento su processi e contenuti che appaiono fortemente debitori del contesto in cui prendono vita, mentre sono in allestimento ulteriori indagini con l’obiettivo di esplorare la stabilità di quanto qui evidenziato.

# **Appendice 1\*** Fattore 1 (25,98% della varianza totale)

Semiasse negativo		Semiasse positivo	
<i>Modalità variabili categoriali</i>		<i>Modalità variabili categoriali</i>	
Centro-destra	c.a. 41,3	Sinistra	c.a. 29,6
<i>Parole-stimolo/associazioni</i>		<i>Parole-stimolo/associazioni</i>	
VEL/incapace	2,0	BER/mafioso	1,9
POL/bugie	2,0	POL/società	1,7
VEL/campagna elettorale	1,9	ELT/speranza	1,6
ELT/increduli	1,9	ELE/democrazia	1,6
VEL/ipocrita	1,7	VEL/politico	1,5
BER/destra	1,5	PLT/mafiosi	1,4
POL/finta	1,4	BER/opportunista	1,4
PLT/tasse	1,4	VEL/onesto	1,3
PLT/speculazione	1,4	VEL/giusto	1,3
ELT/tessera elettorale	1,4	ELT/disinformati	1,3
VEL/falso	1,3	POL/cambiamento	1,2
PLT/pensano ai loro affari	1,3	POL/inganno	1,1
ELE/imbrogli	1,3	BER/capitalista	0,9
POL/incoerenza	1,2	VEL/venduto	0,8
BER/Milan	1,1	VEL/intelligente	0,8
BER/economia	1,1	VEL/centro-sinistra	0,8
POL/potere	1,0	ELT/potere	0,8
PLT/ipocriti	1,0	ELE/libertà	0,8
ELT/poco informati	0,9	ELE/decisione	0,8
BER/oratore	0,9	BER/finto	0,8
ELT/ingannati	0,8	PLT/egoisti	0,7
ELT/illusi	0,8	BER/ladro	0,7
VEL/bugiardo	0,7	BER/buffone	0,7
PLT/ignoranti	0,7	VEL/no comment	0,6
ELT/popolo	0,7	PLT/chiacchieroni	0,6
VEL/sinistra	0,6	ELT/scelta	0,6
ELT/poveri	0,6	BER/imbrogliatore	0,6
ELE/indecisione	0,6	VEL/speranza	0,5
BER/ricco	0,6	VEL/simpatia	0,5
BER/Mediaset	0,6	POL/Parlamento	0,5
VEL/ex sindaco	0,5	POL/leggi	0,5
POL/organizzazione	0,5	POL/Camera	0,5
POL/incomprensibile	0,5	PLT/Parlamento	0,5
ELT/presi in giro	0,5	PLT/imbrogliatori	0,5
ELE/truccate	0,5	ELT/libertà	0,5
		ELT/diritto	0,5
		ELT/democrazia	0,5
		ELE/possibilità	0,5
		ELE/cambiamento	0,5
		ELE/cabina	0,5
		ELE/buffonata	0,5
		BER/disonesto	0,5

\* Per la legenda delle sigle, riferite alle parole-stimolo e anteposte alle associazioni, cfr. TAB. 1.

Fattore 2 (20,38% della varianza totale)

Semiasse negativo		Semiasse positivo	
<i>Modalità variabili categoriali</i>		<i>Modalità variabili categoriali</i>	
Destra	c.a. 36,2	Centro-sinistra	c.a. 27,3
Sinistra	23,7		
<i>Parole-stimolo/associazioni</i>		<i>Parole-stimolo/associazioni</i>	
VEL/falso	3,0	POL/elezioni	1,2
POL/voto	2,7	ELE/manifesti	1,2
ELE/popolo	2,6	ELT/indecisi	1,1
BER/politico	2,6	ELE/scheda elettorale	1,1
VEL/politico	2,5	PLT/corruzione	1,0
PLT/approfitatori	2,4	VEL/non saprei	0,8
POL/leggi	2,2	POL/promesse	0,8
POL/cambiamento	2,2	PLT/inutili	0,8
BER/candidato	2,1	PLT/confusione	0,8
ELE/impegno	1,9	PLT/affaristi	0,8
BER/milionario	1,8	ELT/confusi	0,8
POL/delusione	1,7	ELE/confusione	0,8
BER/imbroglione	1,6	BER/dittatore	0,8
VEL/ipocrita	1,5	BER/demagogia	0,8
POL/popolo	1,5	VEL/promesse	0,7
POL/giustizia	1,4	VEL/innovazione	0,7
ELE/truccate	1,1	VEL/ex sindaco	0,7
ELE/importanti	1,1	POL/pensiero	0,7
ELT/delusi	1,0	POL/destra	0,7
ELE/noiose	1,0	POL/confusione	0,7
BER/antipatico	1,0	POL/buffonata	0,7
POL/noiosa	0,8	POL/Berlusconi	0,7
PLT/privilegiati	0,7	PLT/denaro	0,7
ELE/cambiamento	0,7	ELT/scelte	0,7
ELE/buffonata	0,7	ELE/preoccupazione	0,7
POL/ipocrisia	0,6	BER/trapianto capelli	0,7
ELT/responsabilità	0,6	BER/opportunista	0,7
BER/manipolatore	0,6	BER/ignorante	0,7
VEL/incapace	0,5	BER/egoista	0,7
ELT/speranzosi	0,5	VEL/novità	0,6
ELE/false	0,5	PLT/incapaci	0,6
		ELE/indecisione	0,6
		VEL/speranza	0,5
		POL/ingiustizia	0,5
		PLT/incompetenti	0,5
		PLT/egoisti	0,5
		ELT/spaesati	0,5
		ELT/pecore	0,5
		ELE/sperpero	0,5

## Riferimenti bibliografici

- Arcuri L., Castelli L. (2011), Atteggiamenti impliciti in psicologia politica. In P. Catellani, G. Sensales (a cura di), *Psicologia della politica*. Raffaello Cortina, Milano, pp. 23-39.
- Areni A., Sensales G. (2006), Quale politica nelle rappresentazioni di studenti universitari di Roma "La Sapienza". Un'applicazione di diversi modelli di triangolazione per lo studio della struttura rappresentazionale. In J.-M. Viprey (éd.), *JADT 06*. Presses Universitaires de France-Comté, Besançon, pp. 55-66.
- Idd. (2008), Elezioni politiche italiane 2006. I programmi dell'Unione e della Casa delle Libertà a confronto. Lettura psico-sociale di un'analisi lessicografica. In G. Sensales, M. Bonaiuto (a cura di), *La politica mediatizzata*. Franco Angeli, Milano, pp. 49-67.
- Idd. (2010), *I programmi del PD e del PDL. Un'analisi comparativa sulla loro sovrapposibilità*. Inviato per la pubblicazione.
- Barisone M. (2006), *L'immagine del leader. Quanto conta per gli elettori?* Il Mulino, Bologna.
- Id. (2007), L'orientamento al leader: forme, effetti, dinamiche. In M. Maraffi (a cura di), *Gli italiani e la politica*. Il Mulino, Bologna, pp. 157-86.
- Bolasco S., Giuliano L., Galli de' Paratesi N. (2006), *Parole in libertà*. Manifestolibri, Roma.
- Bonardi C., De Piccoli N., Larrue J., Soubiale N. (1994), Dipendenza e interdipendenza delle rappresentazioni sociali: la rappresentazione dell'Europa e quella della politica. *Giornale Italiano di Psicologia*, XXI, 3, pp. 399-419.
- Caprara G. V., Schwartz S. H., Vecchione M., Barbaranelli C. (2008), The Personalization of Politics: Lessons from the Italian Case. *European Psychologist*, 3, pp. 157-72.
- Caprara G. V., Vecchione M. (2007), *Politici e elettori*. Giunti, Firenze.
- Carnaghi A., Bianchi M., Maass A., Gresta S., Cadinu M., Arcuri L. (2008), Nomina sunt omnia: On the Inductive Potential of Nouns and Adjectives in Person Perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 5, pp. 839-59.
- Carraro L., Castelli L., Arcuri L. (2008), Parliamo chiaro. Un'analisi della complessità del linguaggio dei due schieramenti politici italiani. *Psicologia sociale*, 1, pp. 95-107.
- Catellani P. (1990), I concetti di "politica" e di "uomo politico" nella percezione di militanti e non militanti. *Giornale Italiano di Psicologia*, XVII, 4, pp. 625-50.
- Id. (1997), *Psicologia politica*. Il Mulino, Bologna.
- Catellani P., Milesi P. (2006), Identificazioni. Dal partito alla coalizione. In ITANES, *Sinistra e destra*. Il Mulino, Bologna, pp. 73-90.
- Catellani P., Quadrio A. (1991), Ideal and Real in the Representation of Politics. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 4, 3-4, pp. 231-56.
- Cavazza N., Corbetta P. (2006), Emozioni. Il cuore a sinistra. In ITANES, *Sinistra e destra*. Il Mulino, Bologna, pp. 91-128.
- Colucci F. P., Meraviglia C., Stanga R. ([1998] 2000), I giovani, la scuola, la fiducia nelle istituzioni: una ricerca sul campo. In F. P. Colucci (a cura di), *Il cambiamento imperfetto*. Unicopli, Milano, pp. 219-52.
- Converso D., De Piccoli N. (1996), Analisi proposizionale di un discorso politico. In P. Amerio (a cura di), *Forme di solidarietà e linguaggi della politica*. Bollati Boringhieri, Torino, pp. 130-62.
- Corbetta P., Roccato M. (2006), Autodefinizioni. Il lessico della politica. In ITANES, *Sinistra e destra*. Il Mulino, Bologna, pp. 45-71.

- de Rosa A. S. (1988), Sur l'usage des associations libres dans l'étude des représentations sociales de la maladie mentale. *Connexions*, 51, pp. 27-50.
- Id. (1995), Le "réseau d'associations" comme méthode d'étude dans la recherche sur les représentations sociales. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 28, pp. 96-122.
- Id. (2001), The King is Naked. Critical Advertisement and Fashion: The Benetton Phenomenon. In K. Deaux, G. Philogène (eds.), *Representations of the Social*. Blackwell, Malden (MA), pp. 48-82.
- Gasperoni G. (2008), La distanza degli italiani dalla politica. In ITANES, *Il ritorno di Berlusconi*. Il Mulino, Bologna, pp. 149-60.
- Kaid L. L. (2004), Political Advertising. In Id. (ed.), *Handbook of Political Communication Research*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (NJ), pp. 155-202.
- Lebart L., Salem A. (1988), *Analyse statistique des données textuelles*. Dunod, Paris.
- Maraffi M. (2006), Nella selva della politica: partiti, coalizioni e altri animali. In ITANES, *Dov'è la vittoria*. Il Mulino, Bologna, pp. 197-208.
- McGuire W. (2003), L'evoluzione dialettica della psicologia tramite il riequilibrio delle sue antinomie. In G. Sensales (a cura di), *Percorsi teorico-critici in psicologia sociale*. Franco Angeli, Milano, pp. 54-69.
- Menegatti M., Rubini M. (2007), A chi parliamo? Di cosa parliamo? Il ruolo dell'astrazione linguistica nella comunicazione politica. *Psicologia sociale*, 3, pp. 501-22.
- Id. (2009), *Il linguaggio dei giovani attivisti politici*. Comunicazione presentata al 4° Convegno "Giovani e società in Europa e attorno al Mediterraneo", Forlì, 26-28 marzo (articolo consultato su <http://www.giovaniesocieta.unibo.it/paper/9d/menegatti.pdf>).
- Moloney G., Walker I. (2007), *Social Representations and Identity. Content, Process and Power*. Palgrave Macmillan, New York.
- Mondak J. J., Halperin K. D. (2008), A Framework for the Study of Personality and Political Behaviour. *British Journal of Political Science*, 38, pp. 335-62.
- Mondak J. J., Hibbing M. V., Canache D., Seligson M. A., Anderson M. R. (2010), Personality and Civic Engagement: An Integrative Framework for the Study of Trait Effects on Political Behaviour. *American Political Science Review*, 104, 1, pp. 85-110.
- Passerini A. (1996), L'attuale rappresentazione sociale della politica. *Ricerche di psicologia*, 1, pp. 25-46.
- Sensales G. (1990), *L'informatica nella stampa italiana*. Franco Angeli, Milano.
- Sensales G., Areni A. (2010a), *La copertura delle campagne elettorali nei titoli di tre quotidiani di diverso orientamento politico. Un confronto tra le politiche 2006 e 2008*. Inviato per la pubblicazione.
- Idd. (2010b), *Rappresentazioni dei leader e delle motivazioni al voto nelle rievocazioni delle politiche 2008 fra cittadini italiani. Una indagine empirica sul ruolo di alcuni costrutti psico-sociali e di personalità*. Inviato per la pubblicazione.
- Idd. (2010c), *Rappresentazioni del clima d'opinione relativo alla campagna elettorale 2008. Una indagine empirica sui processi psico-sociali della sua memorabilità fra cittadini italiani*. Inviato per la pubblicazione.
- Idd. (2011), Comunicazione elettorale, mediatizzazione della politica e ruolo dei cittadini. In P. Catellani, G. Sensales (a cura di), *Psicologia della politica*. Raffaello Cortina, Milano, pp. 133-56.
- Sensales G., Areni A., Chirumbolo A. (2005), La politica nelle rappresentazioni di giovani studenti universitari. Un confronto fra indagini condotte nel 1997 e nel 2003. In G.



- Sensales (a cura di), *Rappresentazioni della "politica". Ricerche in psicologia sociale della politica*. Franco Angeli, Milano, pp. 40-103.
- Sensales G., Bonaiuto M. (2008), Note conclusive. In Idd. (a cura di), *La politica mediatizzata*. Franco Angeli, Milano, pp. 251-68.
- Sensales G., Chirumbolo A., Areni A. (2003), Representations of "Politics": A Pilot Survey among Students of "La Sapienza" University of Rome. *Ricerche di psicologia*, 26, 3, pp. 7-53.
- Sensales G., Dal Secco A., Areni A. (2010), *Communicating Politics. A Study on the Representations of 2008 Electoral Campaign in Italian Daily Press*. Comunicazione presentata all'International Workshop "Political Speech – Il parlato politico", Roma, 10-12 novembre.
- Tetlock P. E. (1981), Pre- to Post-election Shifts in Presidential Rhetoric: Impression Management or Cognitive Adjustment? *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, pp. 207-12.
- Tuorto D. (2008), Il primo motore del cambiamento: l'astensionismo. In ITANES, *Il ritorno di Berlusconi*. Il Mulino, Bologna, pp. 45-56.
- Vaccari C. (2008), La comunicazione nella campagna elettorale 2008. *Polena*, 1, pp. 177-84.

## Abstract

The investigation is framed in the tradition of social representations. Using free associations, it has a focus on content and processual aspects, and on the role of the linguistic behavior. In particular, it has brought attention to the representational processes, triggered by abstract stimulus-words (POLITICS and ELECTIONS) vs. concrete stimulus-words (BERLUSCONI, VELTRONI, POLITICIANS, VOTERS), in young university students of different political orientation interviewed during the 2008 election campaign. According to the literature we expected to find significant differences among the voters of the two opposing camps: on the left with more abstract words-stimulus and associations, on the right with more concrete words-stimulus and associations. Survey participants were 202 students of Psicologia2 Sapienza University of Rome. Textual data, word-stimulus and associations, and extra-textual data, the categorical variable “political orientation”, were treated with different steps of the SPAD-T for the analysis of the vocabulary, the latent dimensions, and stimulus-words and associations that characterize the political space of five groups: left, center-left, center, center-right, right. For the analysis of latent dimensions, two factors plaining the 46,36% of the total variance were extracted. The first factor highlights the role of political orientation, polarized between the center-right vs. left, the second factor shows the role of political style, polarized between radical (right and left) vs. moderate (center-left). In both cases, specific lexicographic units characterize the factors. Also the stimulus-words and associations that characterize the five political groups show clear differences. The initial hypothesis is not confirmed because the abstractness of the words-stimulus only features more clearly the radical political style, both of right and left, while in all other cases we see a relative balance between abstractness/concreteness of the stimuli and related associations. The results are also discussed in relation to the positive/negative associations going to delineate ambivalent representations of politics and elections, confirming the results of previous investigations.

Key words: *social representations, political psychology, free-associations, lexicographical analysis, linguistic behaviours and political orientation.*

*Articolo ricevuto nel settembre 2010, revisione del giugno 2011.*

Le richieste di estratti vanno indirizzate ad Alessandra Areni, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione; e-mail: Alessandra.Areni@uniroma1.it.